

**PENGARUH FAKTOR INTERNAL KONSUMEN DAN *MARKETING MIX*  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN BUAH DI HORTIMART AGRO  
CENTER, BAWEN**

---

**THE INFLUENCE OF CONSUMER INTERNAL FACTORS AND  
MARKETING MIX TOWARDS CONSUMER LOYALTY OF FRUIT IN  
AGRO CENTER HORTIMART, BAWEN**

Oleh:

**Herkulanus Iwansyah**

**522012044**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Program Studi : Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Binis**

**Guna Memenuhi Sebagian dan Persyaratan untuk Mencapai Gelar**

**Sarjana Pertanian**

**Program Studi Agribisnis**



**FAKULTAS PERTANIAN DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA  
SALATIGA**

**2016**

**PENGARUH FAKTOR INTERNAL KONSUMEN DAN *MARKETING MIX*  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN BUAH DI HORTIMART AGRO  
CENTER, BAWEN**

---

**THE INFLUENCE OF CONSUMER INTERNAL FACTORS AND  
MARKETING MIX TOWARDS CONSUMER LOYALTY OF FRUIT IN  
AGRO CENTER HORTIMART, BAWEN**

Oleh:

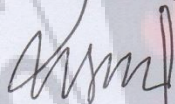
**Herkulanus Iwansyah**

**522012044**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis  
Guna Memenuhi Sebagian dari Persyaratan untuk Mencapai Gelar  
Sarjana Pertanian**

Disetujui oleh,  
Pembimbing



**Dr. Ir. Bayu Nuswantara M.M.**

Disahkan oleh,  
Dekan



**Dr. Ir. Bistok Hasiholan Simanjuntak, M. Si**

**FAKULTAS PERTANIAN DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA**

**SALATIGA**

**2016**





## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Herkulanus Iwansyah  
NIM : 522012044 Email : hiwanyah93@gmail.com  
Fakultas : Pertanian dan Bisnis Program Studi : Agribisnis

Judul tugas akhir: PENGARUH FAKTOR INTERNAL KONSUMEN DAN  
MARKETING MIX TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
BUAH DI HORTIMART AGRO CENTER, BAWEN

Pembimbing : Dr. Ir. Bayu Nuwantara M.M.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Kristen Satya Wacana maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Kristen Satya Wacana.

Salatiga, 26 Agustus 2016



Herkulanus Iwansyah





## PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Herkulanus Iwansyah  
NIM : 522012044 Email : hiwanyah93@gmail.com  
Fakultas : Pertanian dan Bisnis Program Studi : Agribisnis

Judul tugas akhir: PENGARUH FAKTOR INTERNAL KONSUMEN DAN  
MARKETING MIX TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
BUAH DI HORTIMART AGRO CENTER, BAWEN

Pembimbing : Dr. Ir. Bayu Nuwantara M.M.

Dengan ini saya menyerahkan hak *non-eksklusif*\* kepada Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak yang sesuai):

- ☒ a. Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA
- ☐ b. Saya tidak mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA\*\*

\* Hak yang tidak terbatas hanya bagi satu pihak saja. Pengajar, peneliti, dan mahasiswa yang menyerahkan hak *non-eksklusif* kepada Repositori Perpustakaan Universitas saat mengumpulkan hasil karya mereka masih memiliki hak copyright atas karya tersebut.

\*\* Hanya akan menampilkan halaman judul dan abstrak. Pilihan ini harus dilampiri dengan penjelasan/ alasan tertulis dari pembimbing TA dan diketahui oleh pimpinan fakultas (dekan/kaprodi).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Salatiga, 26 Agustus 2016

Herkulanus Iwansyah

Mengetahui,

Dr. Ir. Bayu Nuwantara M.M.



## ABSTRAK

Iwanyah, Herkulanus (522012044)

Pembimbing: Dr.Ir. Bayu Nuswantara M.M.

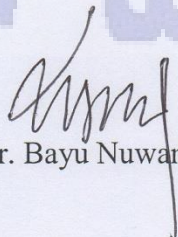
### **PENGARUH FAKTOR INTERNAL KONSUMEN DAN *MARKETING MIX* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN BUAH DI HORTIMART AGRO CENTER, BAWEN**

Skripsi, 2016, 59 halaman  
usia, pendapatan, *marketing mix*, loyalitas konsumen.

Penelitian ini mengenai pengaruh faktor internal konsumen (usia dan pendapatan) serta *marketing mix* atau bauran pemasaran (produk, harga, promosi dan tempat) terhadap loyalitas konsumen buah di Hortimart Agro Center, yang terletak di Kecamatan Bawen, Kabupaten Semarang, Provinsi Jawa Tengah. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh faktor internal konsumen (usia dan pendapatan) serta *marketing mix* atau bauran pemasaran (produk, harga, promosi dan tempat) terhadap loyalitas konsumen buah di Hortimart Agro Center. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 70 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel pendapatan, produk, harga dan tempat berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan untuk variabel usia dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Disetujui oleh,

Pembimbing



Dr.Ir. Bayu Nuwantara M.M.



## ABSTRACT

Iwanyah, Herkulanus (522012044)

Advisor: Dr.Ir. Bayu Nuswantara M.M.

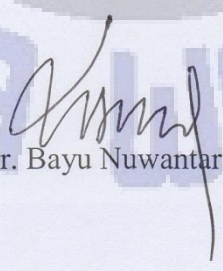
### **THE INFLUENCE OF CONSUMER INTERNAL FACTORS AND MARKETING MIX TOWARDS CONSUMER LOYALTY OF FRUIT IN AGRO CENTER HORTIMART, BAWEN**

Thesis, 2016, 59 pages  
age, income, marketing mix, consumer loyalty.

The research on the influence of consumers internal factors (age and income) as well as the marketing mix (product, price, promotion and place) towards consumers loyalty of fruits in Hortimart Agro Center, located in Bawen Sub Regency, Semarang Regency, Central Java Province. The purpose of this research is to analyze the effect of internal factors consumers (age and income) as well as the marketing mix (product, price, promotion and place) towards consumers loyalty of fruits in Hortimart Agro Center. The methods used in this research is quantitative deskriptif. Statistical analysis used in this study was multiple linear regression. As for the number of samples in this research is as much as 70 respondents. The result of this research show that there are partially variabel income, product, price dan place effect significantly towards consumers loyalty. As for the variables of age and promotion do not affect significantly towards consumers loyalty.

Approved by,

Advisor



Dr.Ir. Bayu Nuwantara M.M.

## PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yesus Kristus, karena atas hikmat dan penyertaan-Nya pengerjaan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Skripsi dengan judul “Pengaruh Faktor Internal Konsumen dan *Marketing Mix* Terhadap Loyalitas Konsumen Buah di Hortimart Agro Center, Bawen” ini disusun dalam rangka memberi gambaran mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen buah di Hortimart Agro Center, Bawen. Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut disarankan kepada pihak Hortimart, untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan agar loyalitas konsumen terhadap Hortimart semakin meningkat.

Penulis menyadari bahwa seluruh rangkaian dalam penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan, bimbingan, dan sukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai dalam proses pembuatan skripsi.
2. Dr. Ir. Bistok Hasiholan Simanjuntak, M.Si. selaku dekan FPB UKSW.
3. Dr. Ir. Bayu Nuswantara M.M. selaku pembimbing sekaligus Ketua Program Studi FPB UKSW.
4. Dr. Tinjung Mary Prihtanti. S.P. M.P dan Hendrik Johanes Nadapdap SP., M.Ep selaku penguji pada ujian skripsi.
5. Seluruh Dosen dan staf Fakultas pertanian dan Bisnis yang telah banyak memberikan arahan dan bekal ilmu pengetahuan selama penulis belajar di Fakultas Pertanian dan Bisnis UKSW Salatiga.
6. Matius Suci, Magdalena Seguyam, Ira Mardila, Esther Yudika, Ermina S. Siluntur, Juliana, Lisa, Ponsianus Junaidi, Lorensius Meruim, Stefanus N, Lian, Mucis, Lukas Seron, Siuncir, Sialut, Siasui, Siudim, Masdi, Sopi, Onga, Tika, Rosa, Inul, Daniel, Abel, Mangkok, Uluy, Suriana, Dariana, Siusih, Amoi dan segenap keluarga yang selalu setia memberikan dukungan baik melalui materi maupun non materi.
7. Bakara W, Hendrik Nadapdap, Leonardus W, Nicholai, Regie L, Yati, Dimas, Yosie S, Rolly H, Abraham, Adi, Aben, Yoram, Jefry, Hendrikus, Heri, Yanuar J, Randini S, Rollan, Arfo, Jhony, Mega, Edy dan segenap rekan-rekan FPB UKSW yang selalu memberikan dukungan.



8. Para ibu bapak pekerja harian beserta sekretaris dan manager di Hortimart atas segala bantuanya.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penulisan laporan skripsi.

Penulis menyadari bahwa isi dari laporan skripsi ini belum seluruhnya sempurna. Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan penulis laporan skripsi ini. Semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Salatiga, 26 Agustus 2016

Penulis





## DAFTAR ISI

halaman

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Tujuan .....	3
1.3. Signifikansi Penelitian .....	4
1.4. Batasan Masalah .....	4
1.5. Model Hipotesis .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1. Dasar Teori .....	6
2.1.1. Loyalitas Konsumen .....	6
2.1.2. Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen .....	7
1. Usia .....	7
2. Pendapatan .....	7
3. Produk .....	8
4. Harga .....	9
5. Promosi .....	10
6. Tempat .....	11
2.1. Penelitian Terdahulu .....	12
2.2. Hipotesis .....	13
<b>BAB III PELAKSANAAN PENELITIAN .....</b>	<b>14</b>
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian .....	14
3.2. Jenis dan Metodologi Penelitian .....	14
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	14
3.4. Teknik Pengambilan Sampel .....	15
3.5. Pengukuran Variabel dan Devinisi Operasional .....	15
3.5.1 Teknik Pengukuran Variabel .....	15
3.5.2 Deinisi Operasional .....	16
3.6. Teknik Analisis Data .....	18
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>23</b>



4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	23
4.2 Gambaran Umum Responden.....	24
4.2.1 Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin .....	24
4.2.2 Distribusi Responden Menurut Usia .....	24
4.2.3 Distribusi Responden Menurut Pendidikan.....	25
4.2.4 Distribusi Responden Menurut Pekerjaan .....	25
4.2.5 Distribusi Responden Menurut Pendapatan .....	26
4.2.6 Distribusi Responden Menurut Lokasi .....	26
4.2.7 Distribusi Responden Menurut Jumlah Kunjungan .....	27
4.3 Distribusi Responden Menurut Loyalitas .....	27
4.3.1 Distribusi Usia Menurut Loyalitas .....	27
4.3.2 Distribusi Pendapatan Menurut Loyalitas .....	28
4.3.3 Distribusi Persepsi Terhadap Produk Menurut Loyalitas.....	28
4.3.4 Distribusi Persepsi Terhadap Harga Menurut Loyalitas.....	29
4.3.5 Distribusi Persepsi Terhadap Promosi Menurut Loyalitas .....	29
4.3.6 Distribusi Persepsi Terhadap Tempat Menurut Loyalitas .....	29
4.4 Hasil Uji Instrumen.....	30
4.4.1 Uji Validitas.....	30
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	31
4.4.3 Pengujian Model.....	32
1. Uji Normalitas .....	32
2. Uji Autokorelasi .....	32
3. Uji Heterokesdatisitas .....	33
4. Uji Multikorelasi .....	33
4.5. Hasil Analisis dan Pembahasan.....	34
4.5.1. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	34
4.5.2. Pengaruh Usia Terhadap Loyalitas Konsumen.....	35
4.5.3. Pengaruh Pendapatan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	36
4.5.4. Pengaruh Produk Terhadap Loyalitas Konsumen.....	37
4.5.5. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen .....	38
4.5.6. Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen.....	38
4.5.7. Pengaruh Tempat Terhadap Loyalitas Konsumen .....	39
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>40</b>
5.1 Kesimpulan.....	40
5.2 Saran .....	40
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>41</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>44</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	16
Tabel 4.1 Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin.....	24
Tabel 4.2 Distribusi Responden Menurut Usia .....	24
Tabel 4.3 Distribusi Responden Menurut Pendidikan .....	25
Tabel 4.4 Distribusi Responden Menurut Pekerjaan.....	25
Tabel 4.5 Distribusi Responden Menurut Pendapatan .....	26
Tabel 4.6 Distribusi Responden Menurut Lokasi .....	26
Tabel 4.7 Distribusi Responden Menurut Jumlah Kunjungan .....	27
Tabel 4.8 Distribusi Usia Menurut Loyalitas .....	27
Tabel 4.9 Distribusi Pendapatan Menurut Loyalitas.....	28
Tabel 4.10 Distribusi Produk Menurut Loyalitas.....	28
Tabel 4.11 Distribusi Harga Menurut Loyalitas .....	29
Tabel 4.12 Distribusi Promosi Menurut Loyalitas .....	29
Tabel 4.13 Distribusi Tempat Menurut Loyalitas .....	29
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas .....	30
Tabel 4.15 Hasil Reliabilitas .....	31
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas .....	32
Tabel 4.17 Hasil Uji Autokorelasi .....	32
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikorelasi.....	33
Tabel 4.19 Hasil Analisis regresi berganda .....	34



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Hipotetis.....	5
Gambar 4.1 Diagram Scatterplot.....	33



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuisioner .....	44
2. Data Internal Konsumen .....	47
3. Hasil Uji Validitas.....	48
4. Uji Reliabilitas .....	52
5. Data Mentah Uji regresi Berganda.....	53
6. Uji asumsi Klasik .....	55
7. Hasil Uji Regresi Berganda.....	56
8. Dokumentasi Hasil Penelitian .....	57

